

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada petani Padi di Kecamatan Cilongok dengan studi kasus di Desa Panusupan dan Desa Karang Tengah Kabupaten Banyumas. Penelitian ini berjudul “Marjin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Padi di Kecamatan Cilongok (Studi Kasus di Desa Panusupan dan Desa Karang Tengah)”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi saluran pemasaran, struktur pasar pada setiap lembaga pemasaran, biaya, keuntungan dan nilai marjin pemasaran, elastisitas harga, dan efisiensi pemasaran padi di Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Populasi dalam penelitian ini adalah petani padi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 117 orang yang terdiri dari 90 orang petani, 5 tengkulak, 5 pedagang pengumpul, 7 pedagang besar dan 10 pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat tiga saluran pemasaran padi yang terbentuk di Kecamatan Cilongok dan struktur pasar yang dibentuk dalam struktur pemasaran padi di Kecamatan Cilongok mengarah pada struktur pasar monopsoni. Hasil perhitungan pada saluran pemasaran I total biaya pemasaran Rp 825 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 5.089 per kg dan marjin pemasaran Rp 5.914 per kg. Untuk saluran pemasaran II total biaya pemasaran Rp 1.466 per kg, total keuntungan pemasaran Rp 4.611 per kg dan marjin pemasaran Rp 5.822 per kg. Pada saluran III total biaya pemasaran Rp 1.426 per kg, total keuntungan pemasaran sebesar Rp 4.883 per kg marjin pemasaran Rp 6.055 per kg. Selain itu perhitungan nilai elastisitas transmisi diperoleh sebesar 0,384 hal ini berarti pasar yang terbentuk dalam penelitian ini adalah pasar persaingan tidak sempurna. Di wilayah penelitian tersebut belum ditemui saluran pemasaran yang paling efisien karena nilai margin pemasaran lebih tinggi dari *farmer's share* yaitu besar *farmer's share* kurang dari 50%.

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu yang pertama, petani harus mencari informasi lebih banyak tentang informasi harga yang berlaku dipasaran. Kedua, petani perlu melakukan koordinasi dan mengaktifkan kembali kelompok tani yang ada. Ketiga, pemerintah sebaiknya memperkenalkan system agribisnis kepada petani padi sehingga petani tersebut diharapkan secara perlahan-lahan dapat meningkatkan pendapatan petani. Keempat, membuat suatu sistem penjualan bersama dalam kelompok tani, sehingga petani dapat memiliki posisi dalam menentukan harga jual padi. Kelima, petani harus pandai mencari alternatif pemasaran padi yang lebih efisien agar dapat meningkatkan pendapatannya.

Kata kunci: Struktur Pasar, Marjin Pemasaran, Elastisitas Transmisi Harga, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran.

SUMMARY

This research is a survey of the research on Rice farmer in Cilongok with a case study in the village of Panusupan and the village of Karang Tengah Regency of Banyumas. This study entitled "Marketing Margins and efficiency of Rice Marketing in Cilongok (a case study in the village of Panusupan and the village of Karang Tengah". The purpose of this research is to identify the marketing channels, the structure of the market in each agency marketing, cost, profit and margin value marketing, price elasticity, and the efficiency of rice marketing in district of Banyumas Regency Cilongok. The population in this research is the rice farmers. The respondents in this research totalled 117 person consisting of 90 farmers, 5 middleman trader gatherer, 7 large traders and 10 retailers. Based on the results of the study it can be concluded that there are three rice marketing channels in district Cilongok.

Based on the research results showed that there are three rice marketing channels formed in Cilongok and the structure of the market which was created in the structure of rice marketing in Cilongok led to the structure of the market monopsoni. The results of calculations on marketing channels I total marketing costs Rp 825 per kg, the total marketing advantage Rp 5,089 per kg and Rp 5,914 for marketing margins. For marketing channels II total marketing cost Rp 1,466 per kg, the total marketing advantage Rp 4,611 per kg and Rp 5,822 marketing margins per kg. Channel III total marketing cost Rp 1,426 per kg, the total profit of marketing Rp 4,883 per kg marketing margins Rp 6,055 per kg. In addition the calculation of the value of the elasticity of the transmission of acquired for 0.384 This means the market is formed in this research is the market competition is not perfect. In the area of research has not been found the most efficient marketing channel because the value of the marketing margin higher than the farmer's share, namely large farmer's share of less than 50%.

The implications of the conclusions, the first, farmers had to find more information about the prevailing market price information. Second, farmers need to do coordination and reactivate existing farmers group. Third, the Government should introduce the agribusiness system to rice farmers so that the farmers can be expected to gradually increase the income of farmers. Fourth, create a sales system together in a group of farmers, so that farmers can have a position in determining the selling price of rice. Fifth, farmers must be good at looking for an alternative more efficient rice marketing in order to increase its revenue.

Keywords: Market Structure, Marketing Margins, Price Transmission Elasticity, Farmer's Share, Marketing Efficiency.